

Effectieve maatschappelijke communicatie helpt bij het plannen van bedrijfsveranderingen

Communiceren met uw omgeving



Tineke van den Berg en Tom Saat runnen sinds 1996 De Stadsboerderij in Almere: 'Naast belangen speelt ook vertrouwen een belangrijke rol'

Wie zijn landbouwbedrijf wil uitbreiden of veranderen, krijgt te maken met verschillende partijen (buren, gemeente, accountmanager bij de bank) bij wie draagvlak voor de plannen gecreëerd moet worden. Een werkboek van PPO Wageningen UR kan daarbij helpen.

TEKST MARCEL VIJN, FRANS VAN ALEBEEK & ARJAN DEKKING

FOTO'S ARJAN DEKKING

Het werkboek 'Communiceren met uw omgeving' helpt ondernemers plannen te realiseren. Want de ruimte die een ondernemer krijgt, hangt voor een belangrijk deel af van het draagvlak vanuit de omgeving. Hoe komt u erachter wat het draagvlak is en, nog belangrijker, hoe kunt u dit positief beïnvloeden?

Het werkboek is ontwikkeld door PPO Wageningen UR in opdracht van de Taskforce Multifunctionele Landbouw, en komt voort uit de Maatschappelijke Effect Rapportage (MAER, zie Ekoland 7/8 2009). Bij de MAER gaat het om het benoemen van de maatschappelijke meerwaarde van een (biologisch) landbouwbedrijf. Maar hoe communiceert u die meerwaarde van uw bedrijf, bijvoorbeeld als u plannen heeft voor uitbreiding? Hoe voorkomt u jarenlang getouwtrek? Daarvoor is dit werkboek geschreven, waarin u stapsgewijs begeleid wordt naar een effectieve maatschappelijke communicatie.

Maak het plan visueel

Hoe gaat uw bedrijf veranderen? Wat gaan uw burenen merken (horen, zien, ruiken) van

uw nieuwe plannen? Hoe ziet uw bedrijf er over 5 jaar uit? Wat gebeurt er allemaal op en rond het erf? Gebruik deze 'dromen' om beelden bij uw plan te maken. Dat kan bijvoorbeeld door een plattegrond, een maquette, een poster of een powerpoint-presentatie te maken waarin u weergeeft waar u de nieuwe activiteiten wilt inpassen. Maak vooral duidelijk dat deze weergave uw plannen nog niet vast omlijnt, dan nodigt dat anderen uit om daarop te reageren en erin mee te denken.

Dit alles kan heel professioneel (en kostbaar) door deskundige adviesbureaus worden gedaan, maar dat is in dit stadium van uw plannen nog helemaal niet noodzakelijk. Immers, de kans is groot dat er – in gesprek met uw omgeving – nog allerlei aanpassingen nodig zijn.

Als u uw personeel of burenen enthousiast wilt krijgen voor uw plannen, is een schets of zelfgemaakte maquette meestal effectiever. Ga eens bij een collega-bedrijf op bezoek dat als voorbeeld kan dienen voor uw plannen. Maak daar foto's van wat u aanspreekt, die kunt u gebruiken in uw eigen ontwerp.

Pas in een veel later stadium, bijvoorbeeld bij het aanvragen van vergunningen, heeft u officiële bouwtekeningen nodig.

Invloed op de omgeving

Komen er bijvoorbeeld nieuwe gebouwen op uw erf? Moet daarvoor een houtwal of erfbeplanting verdwijnen? Of gaat u juist rond die gebouwen een mooie soortenrijke haag aanplanten? Komen er in uw plannen veel meer bezoekers en klanten naar uw bedrijf en geeft dit meer verkeer? Hoe kijken de verschillende partijen tegen uw plannen aan? Voor een deel kunt u dat al afleiden uit gemeentelijke en provinciale beleidsnota's, jaarplannen en regelgeving. U zult zich daar dan wel even in moeten verdiepen. Steeds meer plannen en nota's zijn op gemeentelijke en provinciale websites te vinden. Houd ook uw lokale en regionale nieuwsbladen in de gaten. Maar nog belangrijker is, hoe de verschillende mensen binnen al die partijen tegen uw plannen aankijken. Daarvoor zult u met hen in gesprek moeten raken. Dat kan heel doelgericht, door een afspraak te maken met uw burens, met uw wethouder of met uw accountmanager bij de bank. Maar het kan zeker ook effectief zijn om informele contacten te benutten om partijen te polsen.

Pluspunten communiceren

Pluspunten van uw plannen kunt u uitbuiten in uw communicatie met verschillende partijen. U laat zien wie er allemaal gebaat kunnen zijn bij uw plannen. Staan deze zaken voldoende duidelijk beschreven in uw voorstellen en businessplan? Kunt u de voordelen ook in een folder of op een poster zichtbaar maken? Zijn de te verwachten voordelen zo groot en algemeen, dat een artikel daarover in de plaatselijke of regionale krant de moeite waard is? Ga eens met een journalist daarover



in gesprek. Of misschien houdt u binnenkort Open Dag, waar u met een poster of schets uw plannen kunt presenteren en daarover in gesprek kunt gaan met uw bezoekers. Zijn er onder hen mensen die misschien als bondgenoten met of namens u willen lobbyen bij andere partijen? Het is over het algemeen veel effectiever en overtuigender als anderen over uw plan en uw bedrijf vertellen, dan wanneer u dat zelf doet.



Negatieve effecten compenseren

Als de voordelen van uw plan voor sommige belangrijke partijen niet opwegen tegen de nadelen, kan dat voor problemen gaan zorgen. Daar moet u over nadenken, en als u iets kunt doen aan mogelijke bezwaren, zult u op meer medewerking en bereidwilligheid kunnen rekenen. Kunt u negatieve effecten verkleinen of compenseren met andere maatregelen? Ga hierover in gesprek met uw omgeving. Zijn er collega-ondernemers die voor soortgelijke knelpunten goede oplossingen hebben gevonden? Kunt u met bezwaarden tot een compromis komen door hen op een ander thema compensatie aan te bieden? Zijn oplossingen eenvoudig te realiseren en kosten ze u weinig tijd, geld of energie, dan valt er veel voor te zeggen om uw plannen meteen maar aan te passen. Dat voorkomt onnodige weerstand.

Als uw plannen zijn goedgekeurd, stop dan niet met communiceren maar betrek geïnteresseerden bij het realiseren van de plannen, bijvoorbeeld via foto's op uw website of via e-mail. Mensen die u gesproken heeft bij het plannen maken zullen dat waarderen. ■

Marcel Vijn, Frans van Alebeek en Arjan Dekking zijn werkzaam bij PPO Wageningen UR

Het werkboek 'Communiceren met uw omgeving' is te downloaden van <http://edepot.wur.nl/168965>.



Veerkracht

Een veerkrachtig landbouwsysteem met de bodem als basis om gezond en vitaal voedsel te produceren, met behulp van weerbare rassen van plant en dier: daar moeten we naartoe. Heel actueel is momenteel dat tellen in de grond voor glastuinders weer op de agenda staat. Natuurlijk is het essentieel voor de hele biologische landbouw, en niet alleen voor glastuinders, dat dit uitgangspunt behouden blijft. Dit onderscheidt ons en is ook tevens de basis van onze landbouw.

Gelukkig blijft groencompost behouden als A-meststof. Deze meststof is essentieel voor de vruchtbaarheid van de bodem op langere termijn.

Blijven knokken voor een eerlijke prijs zodat er voldoende veerkracht blijft op de bedrijven is ook essentieel voor ons.

Verbindingen maken met de samenleving op allerlei niveaus maakt ons sterker en veerkrachtiger.

Het lijkt er op dat de plannen van Brussel voor het nieuwe GLB de biologische landbouw erkennen en belonen voor een vaste hectaretoeslag en bovendien blijvend ondersteunen in de doorontwikkeling. Een veerkrachtig signaal dat we goed kunnen gebruiken. Als we aantoonbaar de allrounder van de duurzaamheid zijn, dan kan ook dat aspect blijvend beloond worden.

Bovenstaande onderwerpen zijn allemaal bij ons bezoek aan het Europees Parlement in Brussel ter sprake gekomen. Met een groep van 15 boeren op stap gaan geeft ook een veerkrachtig signaal naar de organisaties in Europa.

Bij dit alles past een veerkrachtige structuur van Bionext en Biohuis.

Kees van Zelder

Voorzitter Vakgroep Biologische Landbouw